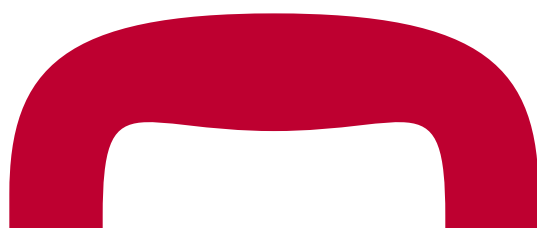


Die neue DER Touristik

GEMEINSAM IN DIE ZUKUNFT



DER
Touristik





GRUSSWORT

Alain Caparros, Vorstandsvorsitzender der REWE Group



Für uns als REWE Group ist 2015 ein wichtiges Jahr in der Reisebranche. Wir haben uns dafür entschieden, die europäischen Veranstalter- und Vertriebs-Aktivitäten der Kuoni Group zu übernehmen. Viele kennen die REWE Group nur als Handelskonzern. Aber wir sind stolz, auch eines der größten Touristik-Unternehmen in Europa zu sein. Denn die DER Touristik ist unsere Reisesparte, mit der wir eine führende Rolle auf europäischer Ebene übernehmen.

Die REWE Group setzt auf die Touristik. Sie ist neben dem Handel die zweite Säule unserer Gruppe. Die neu hinzugewonnenen Kuoni-Einheiten werden unsere Bedeutung weiter stärken. Mit den Unternehmen und Marken in der Schweiz, in den Benelux-Ländern, in Großbritannien sowie in Skandinavien und Finnland sind nun wir auch in diesen Ländern sehr nah an den Kunden, für die wir uns einsetzen.

Vielfalt ist unsere Stärke – die Vielfalt von Handel und Touristik, aber auch die Vielfalt der über 330.000 Menschen, die in Europa für uns arbeiten. Wir schätzen und nutzen diese Vielfalt, denn sie ist die Grundlage dafür, individuelle Kundenwünsche jeden Tag aufs Neue zu erfüllen. Unser gemeinsames Ziel ist es, genau dafür die richtigen Produkte und Services anzubieten. 75 Millionen Menschen sind wöchentlich im Handel und in der Touristik der REWE Group unsere Kunden. Diese Zahl ist Vertrauensbeweis und Ansporn zugleich!

„Gemeinsam für ein besseres Leben“ – so lautet die Mission der REWE Group. Unsere Touristik-Sparte kann hierzu einen besonders wertvollen Beitrag leisten. Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unserer Kuoni-Einheiten heiße ich herzlich willkommen. Unser aller Einsatz und unsere Leistung sind besonders wichtig. Jeder Einzelne ist ein wichtiger Teil der REWE Group.

Ihr Alain Caparros

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Alain Caparros', written in a cursive style.

Vorstandsvorsitzender
REWE Group

REWE 
GROUP

DIE NEUE GRÖSSE IN DER TOURISTIK

Die DER Touristik



Zusammen blicken sie auf mehr als 200 Jahre in der Touristik zurück. Zusammen bieten sie die größte Vielfalt im europäischen Reisemarkt. Die DER Touristik, die ehemaligen europäischen Veranstalter und der Vertrieb von Kuoni starten gemeinsam als die neue DER Touristik in die Zukunft.

Europa hat ein neues Expertennetz, wenn es um Reisen geht: Unter dem Dach der DER Touristik schließen sich im Herbst 2015 10 Reiseveranstalter und 30 Spezialisten mit zahlreichen Reisebüro-Ketten, einem großen Franchise-Vertrieb sowie vielen Online-Portalen zusammen. Möglich wird der Zusammenschluss durch die Akquise sämtlicher europäischen Veranstalter-Aktivitäten der Kuoni Holding in Zürich von der DER Touristik, dem Hauptsitz in Frankfurt am Main.

Die REWE Group, Mutterkonzern der DER Touristik, unterstreicht mit dieser Investition in die Zukunft ihr strategisches Interesse am Wachstumsmarkt Touristik. Der stabile und erfolgreiche Mutterkonzern, die touristisch erfahrene und ebenso erfolgreiche DER Touristik und die Veranstalter- und Vertriebs-Aktivitäten von Kuoni bilden die Basis für eine neue, entschlossene und stabile Größe im europäischen Reisemarkt.

Der Kauf stellt einen Zusammenschluss von Marken dar, die das Reisen in Europa seit gut 100 Jahren prägen. Kuoni (gegründet 1906) und DER Touristik (als DER Deutsches Reisebüro 1917 gegründet) bilden heute einen europäischen Reisekonzern, der mit seiner Angebotsvielfalt und Technologie zu den Marktführern zählt. Mehr als 7,7 Millionen Gäste

aus 14 europäischen Ländern verreisen insgesamt mit den Reiseunternehmen der neuen DER Touristik.

Sie tun dies mit den Unternehmen und Marken, die ihnen in ihrem Land vertraut sind – bisher und auch in Zukunft. In Deutschland, Österreich, der Schweiz, Großbritannien, den Benelux-Ländern sowie Skandinavien und Finnland bleiben die Veranstalter, Spezialisten, Reisebüros und die Airline unter ihren Namen weiterhin tätig. Jede dieser Marken steht für ein Leistungsversprechen, für das sich die Mitarbeiter täglich einsetzen.

Für jeden die richtige Reise

9.400 Mitarbeiter in 14 Quellmärkten und mehr als 150 Destinationen bilden das Expertennetz, das eines zum Ziel hat: Den Reisetraum jedes einzelnen Kunden in ein perfektes, unvergessliches

Erlebnis umzuwandeln: Sei es die maßgeschneiderte Städtereise nach Venedig, der „Rundum-glücklich“-Badeurlaub im Indischen Ozean, die Studienreise in Südostasien, die Campmobiltour durch die USA oder der Familienurlaub am Mittelmeer. Die einzigartige Markenvielfalt der neuen DER Touristik bietet für jeden Kundenwunsch die richtige Reise.

So bleibt kein Reisewunsch unerfüllt. Dies ist möglich, weil sich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der DER Touristik in der Welt auskennen und wissen, was sie als Experten der Reiseveranstalter einkaufen und zu einer Reise bündeln, und wie sie als Spezialist des größten europäischen Reisevertriebs jeden individuellen Reisewunsch der Kunden ermitteln und optimal erfüllen. Sie bilden gemeinsam das internationale Expertennetz der DER Touristik. ■

9.400

Mitarbeiter in 14 Ländern – das Expertennetz

DIE ZUKUNFT IM BLICK

Die REWE Group

„Gemeinsam für ein besseres Leben“ – so lautet die Vision der REWE Group, deren Reisesparte die DER Touristik ist. Sie zählt zu den traditionsreichsten und zugleich progressivsten Handels- und Touristik-Konzernen in ganz Europa.

Millionen Europäer reisen jährlich mit Unternehmen der REWE Group und kaufen in Märkten der REWE Group ein. Dieser große Konzern mit 330.000 Mitarbeitern, den 15.000 Märkten und Reisebüros sowie 6 Veranstalter-Marken erzielte 2014 einen Umsatz von über 51 Milliarden Euro. Die REWE Group ist eine Genossenschaft von

Einzelhändlern, die nicht an der Börse notiert ist. Sie gilt als überaus zuverlässiges Unternehmen, das vorausschauend und nachhaltig wirtschaftet und wächst.

Auf der Basis ihrer Erfahrung plant die REWE Group für die Zukunft. Mit der steigenden Nutzung von Smartphones und Tablets wachsen auch die digitalen Anforderungen an den Handel. Das Internet in der Tasche wird Teil des Einkaufs. Verbraucher kaufen sowohl im Markt vor Ort als auch online ihre Lebensmittel ein und buchen Reisen entweder im Reisebüro oder im Internet.

Die Digitalisierung des Geschäfts ist die zentrale Herausforderung der nächsten Jahre. Der Fokus der REWE Group liegt dabei zum einen auf dem Ausbau der E-Commerce-Aktivitäten. Zum anderen wird das stationäre Geschäft konsequent modernisiert, neue Vertriebsformate und -wege werden entwickelt und bestehende an die veränderten Bedürfnisse der Kunden ebenso angepasst wie an die aktuellen technischen Herausforderungen des Online-Zeitalters.

Die Übernahme der Veranstalter und der Spezialisten und des Vertriebs von Kuoni



„Die Akquise der europäischen Veranstalter-Aktivitäten von Kuoni bringt die REWE Group in der europäischen Touristik entscheidend voran. Sie ist ein zentraler Schritt in ihrer auf Zukunft ausgerichteten Strategie, der konsequenten Internationalisierung und Digitalisierung des Geschäfts in Richtung der kontinuierlichen Modernisierung ihres stationären Vertriebs.“

Alain Caparros, Vorstandsvorsitzender der REWE Group.

passt zum Vorgehen der REWE Group. Unter ihrem Dach sind starke und erfolgreiche Handels- und Touristik-Unternehmen und –Marken vereint. Dazu zählen die Einzelhandelsmärkte von REWE und BILLA, die Discountmärkte von PENNY und XXL Mega Discount, toom Baumarkt sowie die gesamten Veranstalter- und Vertriebs-Marken der DER Touristik.

In die Reisesparte stieg die REWE Group 1988 mit der Beteiligung an einem Reisebüro-Franchise-System ein. Dies war der Start zum Aufbau eines der größten europäischen Reiseunternehmen.

„Wir haben immer betont, dass wir aufgrund der hervorragenden Bilanzsituation unseres Unternehmens bestens gerüstet sind, um Opportunitäten zu nutzen, wenn

Die Digitalisierung des Geschäfts ist die zentrale Herausforderung der nächsten Jahre

sie sinnvoll sind und wenn sie zu unserer langfristigen Strategie passen“, sagt Alain Caparros, Vorstandsvorsitzender der REWE Group.

Nachhaltiger Erfolg und verantwortungsvolles Handeln sind der REWE Group und ihrer Tochterunternehmen besonders wichtig. Die REWE Group übernimmt Verantwortung gegenüber ihren Kunden, der Umwelt, der Gesellschaft und ihren Mitarbeitern. Sie geht dabei weit über ein Bekenntnis hinaus und setzt bei ihren eigenen Produkten und ihren Dienstleistungen ganz konkret an.

Die Vermeidung von Abgasen, Abfällen und Abwässern, aber auch der Schutz von Pflanzen und Tieren, der aktive Einsatz für Schwächere der Gesellschaft in Deutschland und vielen anderen Ländern der Welt sind der REWE Group ebenso wichtig wie das Engagement für die Gesundheit der Mitarbeiter.

Deshalb unterstützt die REWE Group gemeinnützige nationale und internationale Vereine und Organisationen, indem sie sich zum Beispiel für gesunde Ernährung in Kitas und Schulen oder lokale Tafelinitiativen einsetzt. Auch im Bereich Urlaub und Reisen macht sie sich stark für sanften Tourismus und Förderprojekte in den Zielgebieten.

Die Stabilität der REWE Group und ihre zukunftsweisende Ausrichtung ist das solide Fundament der DER Touristik. ■



„WIR HABEN DIESELBE DNA“

Interview mit Sören Hartmann, CEO DER Touristik

Herr Hartmann, die DER Touristik hat von der Schweizer Kuoni Holding alle Reiseveranstalter und den Reisevertrieb in Europa übernommen. Warum hat sich die DER Touristik zu dieser Übernahme jetzt entschlossen?

Sören Hartmann: Wir haben immer betont, dass wir weiter wachsen wollen und noch sinnvolle Gelegenheiten nutzen werden, wenn sie in unsere langfristige Strategie passen. Das trifft auf Kuoni besonders zu. Die Marken und Unternehmen passen bestens zusammen. Ihre Quellmärkte ergänzen sich fast ohne eine Überschneidung. So entsteht gut ein Netz aus

„Wir investieren in ein Geschäft, von dem wir überzeugt sind.“

namhaften Veranstaltern, hervorragend positionierten Spezialisten, einem in vielen Ländern führenden Reisebüro-Vertrieb und einem stark aufstrebenden Online-Vertrieb in 14 europäischen Ländern. Meine Gespräche mit dem Management und den Mitarbeitern in den Ländern haben mir gezeigt: Wir denken in dieselbe Richtung, wir haben dieselben Herausforderungen erkannt, besitzen dieselbe Kundenorientierung und dieselbe Entschlossenheit.

Warum glauben Sie an die Zukunft der Veranstalter, Spezialisten und Reisebüros, wo sich andere doch gerade aus diesem traditionellen Geschäft verabschieden?



Sören Hartmann: Weil uns der Erfolg recht gibt. Die Menschen verreisen jedes Jahr, sie investieren viel Geld in einen möglichst perfekten Urlaub. Um die Kundenwünsche zu erfüllen, muss man Träume in individuell buchbare Reisen oder Bausteine übersetzen können. Das erfordert das passende Produkt, effiziente Systeme und sehr gute Prozesse und eine kundenorientierte, fachkundige Beratung. Die Expertise der Mitarbeiter, die Systeme und die Art, wie man eine Reise plant, konfektioniert und buchbar macht, dies macht den Unterschied. Wir holen den Kunden überall dort ab, wo er uns sucht.

Das heißt, Sie setzen auf Vielfalt?

Sören Hartmann: Aber natürlich. Jeder Veranstalter hat sich im Markt für unterschiedliche Kundengruppen mit dem passenden Produkt anders aufgestellt. Das ist goldrichtig. Kuoni, Helvetic Tours oder Apollo sind etablierte Marken, denen die Kunden vertrauen und mit denen sie gern verreisen. Gleiches gilt auch für Dertour, ITS, Meier's Weltreisen, Jahn Reisen oder die anderen Marken. Schauen

„Marken und Vertrieb brauchen die Nähe zum Markt“, sagt Sören Hartmann, CEO DER Touristik.

Sie die Spezialisten an: Für Taucher ist Manta Reisen bestens im Markt positioniert und Kirker ist in Großbritannien führender Spezialist für gehobene Städtereisen. Wir glauben an die verschiedenen Geschäftsmodelle und setzen auf eine Mehrmarken-Strategie. Das tun wir auch in Deutschland und sind sehr erfolgreich damit.

Was tun Sie, wenn eine Firma der Gruppe in Schwierigkeiten gerät?

Sören Hartmann: Unsere Aufgabe und unsere Passion ist es, Menschen Reisen in die ganze Welt zu ermöglichen. Und wenn es Probleme gibt, dann lösen wir sie. Dies gilt bei Unglücken, bei Krisen und auch, wenn eines unserer Unternehmen Lösungen bei der Technik, bei den internen Abläufen oder bei kaufmännischen Fragen benötigt. Dass wir als Gruppe viel Erfahrung, Wissen und Kraft vereinen, das ist ein unschlagbarer Vorteil für jedes einzelne Unternehmen der DER Touristik.

Die DER Touristik ist mit den deutschen Veranstaltern auch im Ausland unterwegs. Was ist mit Überschneidungen in den jeweiligen Märkten?

Sören Hartmann: Es gibt so gut wie keine. In der Schweiz haben wir ITS Coop. Das ist wie ITS BILLA in Österreich, eine Kooperation, mit einer Einzelhandelskette. Da bedienen wir mit einem passenden Produkt

Durch den Zusammenschluss der DER Touristik mit den europäischen Veranstalter-Aktivitäten von Kuoni entsteht eine neue Größe im Markt. CEO Sören Hartmann ist vom Erfolg der neuen Gruppe überzeugt und erteilt im Interview genau deshalb einem zentralisierten Touristik-Konzern eine Absage.

eine attraktive Vertriebschiene, in die ein Veranstalter unter den Platzhirschen im Markt nicht so einfach reinkommt. Kuoni's Veranstalter sind in Quellmärkten groß, in denen die bisherigen Veranstalter der DER Touristik praktisch nicht vertreten sind. Das ist übrigens auch einer der entscheidenden Vorteile, der für einen Zusammenschluss unserer Unternehmen gesprochen hat. Gemeinsam können wir jetzt die wichtigsten Quellmärkte in Europa abdecken.

Warum hat die DER Touristik den Zuschlag erhalten und nicht einer der anderen Mitbewerber?

Sören Hartmann: Das muss man den Verkäufer fragen. Die Kuoni Group richtet ihr Kerngeschäft neu aus und hat sich für die DER Touristik als Käufer entschieden. In den Gesprächen haben wir bemerkt, wie gut unsere Unternehmen zusammenpassen. Wir haben die gleiche DNA. Ich kann nur sagen: Der Kauf ist für die DER Touristik und die REWE Group nicht nur ein Finanz-Invest. Es ist eine Investition in das Geschäft, das wir beherrschen und von dem wir überzeugt sind. Ein wichtiger Punkt war gewiss, dass wir die einzelnen Ländergesellschaften mit ihren Marken als eigenständige Einheiten weiterführen.

Das heißt, alles bleibt wie gehabt?

Sören Hartmann: Das will ich nicht hoffen. Ein Unternehmen das stillsteht, existiert nicht mehr lange, und Vorsicht vor Übermut: Viele Firmen ruinieren sich selbst auf dem Höhepunkt ihres Erfolgs. Der Reisemarkt ändert sich zum Teil sehr

schnell, getrieben vor allem durch neue Technologie. Diese Entwicklung wollen wir als DER Touristik mit vorantreiben. Unseren einzelnen Unternehmen und Marken wollen wir dafür den passenden

„Unsere IT-Plattform und unser Destination-Management machen uns als Gruppe stark.“

Rahmen bieten. Wenn wir Veränderungen als Chancen sehen und nutzen, dann steht unserem gemeinsamen Erfolg nichts im Wege. Unsere Zusammenarbeit ermöglicht neues Wachstum und stärkt uns für die Zukunft.

Andere Touristik-Konzerne verschmelzen ihre unterschiedlichen Unternehmen, warum die DER Touristik nicht?

Sören Hartmann: Ich halte nichts von einer Konzernbildung mit einer Zentrale, die alle Märkte beliefert. Die Menschen in der Schweiz, in den Niederlanden, in Großbritannien, Skandinavien oder in der

Tschechischen Republik reisen und buchen sehr unterschiedlich. Diesen Bedürfnissen müssen wir gerecht werden. Und dies tun wir in Zukunft durch starke und sehr kompetente Einheiten in den einzelnen Ländern. Was uns als Gruppe stark macht, ist die gemeinsame Nutzung unserer führenden IT-Plattform und unseres internationalen Destination-Management-Netzwerks. Zusammenarbeiten werden die Gesellschaften dort punktuell, wo sie davon profitieren.

Auf den Punkt gebracht: Was zeichnet die neue DER Touristik aus?

Sören Hartmann: Es sind die Mitarbeiter. Kein anderes europäisches Reiseunternehmen bietet eine so große Vielfalt und Individualität wie wir. Das ist die Leistung des gesamten Teams. Wir offerieren eben nicht nur ein Bett oder einen Flug. Wir machen Urlaubsträume wahr, und das tun wir qualitätsbewusst und effizient. Dies macht 7,7 Millionen Reisende pro Jahr glücklich und ist zugleich die Basis für unseren wirtschaftlichen Erfolg. ■

VITA

Sören Hartmann (52) ist Chief Executive Officer (CEO) der DER Touristik. Er ist gelernter Reiseverkehrskaufmann und war in seiner beruflichen Laufbahn Geschäftsführer namhafter Reiseunternehmen, darunter TUI Deutschland und Robinson Club, bevor er 2010 als Sprecher der Geschäftsführung zur heutigen DER Touristik Köln wechselte. Seit 2014 leitet er die gesamte Gruppe. Hartmann ist verheiratet und hat drei Kinder.

EINE FRAGE DER HALTUNG

Unsere Werte

Kuoni und DER Touristik – beide Unternehmensgruppen setzen sich seit Jahren engagiert für Mensch, Klima und Umwelt ein. Zusammen bilden die Einheiten einen Konzern, der die Zukunft aktiv gestaltet und der sich seiner Verantwortung – ob ökonomisch, ökologisch oder gesellschaftlich – bewusst ist.

Menschen reisen mit den Veranstaltern der DER Touristik in jeden Winkel der Welt. Dies fordert die Unternehmensgruppe in besonderer Weise zu verantwortungsvollem und nachhaltigem Handeln auf. Je größer ein Touristik-Unternehmen ist, desto größer ist der Einfluss in den Reiseländern. Und umso größer ist die Verpflichtung, diesen Einfluss zum Schutz von Mensch und Natur oder zur Verbesserung der Gegebenheiten auch vor Ort zu nutzen.

Verantwortung für die Umwelt

Umweltprobleme wie der Klimawandel oder der Verlust etwa von Arten und Lebensräumen betreffen auch die Tourismusbranche. Sie ist dabei beides: sowohl Mitverursacher als auch Betroffener. Der Erhalt einer intakten Umwelt, wie Reisende sie im Urlaub erleben möchten, liegt der DER Touristik deshalb ganz besonders am Herzen. Einige der Unternehmen gelten als Vorreiter in punkto Nachhaltigkeit. Als Gruppe tragen sie mit ihrem Engagement in den verschiedenen Bereichen zum Umweltschutz bei.

Dies umfasst beispielsweise den Natur- und Artenschutz in den Zielgebieten, aber auch den Schutz der jeweiligen Ressourcen. So werden eigene sowie die Partnerhotels sorgfältig ausgewählt

und dazu angehalten, beispielsweise durch die Begrenzung des Energie- und Wasserverbrauchs und der Abfallmenge, einen messbaren Beitrag zum dauerhaften Erhalt unserer Umwelt zu leisten. Einen sanften Tourismus weiterzuentwickeln und negative Auswirkungen zu minimieren, gehört zu den vornehmlichen Zielen der DER Touristik.

Den Menschen verpflichtet

Die DER Touristik bietet faire Arbeitsbedingungen und fordert dies auch von ihren Partnern in den Reiseländern. Perspektiven für die Menschen vor Ort und die Verbesserung ihrer Lebensbedingungen durch die Arbeit im Tourismus sind die Eckpfeiler verantwortungsvollen Handelns. Die Unternehmen unter dem Dach der DER Touristik engagieren sich zu-



Mit der DER Touristik und den Veranstalter- und Vertriebs-Marken von Kuoni verbinden sich zwei Marktgrößen, die die selben Werte und ein starkes Bekenntnis zur Nachhaltigkeit vereinen. Die neue Unternehmensgruppe unter dem Dach der DER Touristik steht für verantwortungsvolles Handeln – nach außen wie nach innen.

dem in vielfältigen sozialen Projekten. Der Kampf gegen Missbrauch und Ausbeutung von Kindern ist der DER Touristik eine besondere Herzensangelegenheit.

Für ihre Mitarbeiter Perspektiven zu schaffen, macht sich die DER Touristik zur Aufgabe. Einer der Top-100-Arbeitgeber in Deutschland zu sein, ist ihr Ansporn und Verpflichtung zugleich. Mit ihrem Engagement und speziellem Know-how ermöglichen die Mitarbeiter ihren Kunden unvergessliche Reiseerlebnisse. Dafür die bestmöglichen Bedingungen zu schaffen, ist die Verantwortung der DER Touristik als Arbeitgeber. Sie bietet ihren Mitarbeitern vielfältige Möglichkeiten, sich zu entfalten, ihre Talente einzusetzen und ihre persönlichen Ziele zu erreichen.

Den Menschen verpflichtet sein, bedeutet auch: die Fürsorge den Gästen gegenüber. Besonders wichtig ist aber dabei ein professionelles Sicherheits- und Krisenmanagement, auf das sich die Urlauber hundertprozentig verlassen können: Ganz gleich, wohin sie mit einer Marke der DER Touristik verreisen. ■

ZUSAMMEN WACHSEN – LEITBILD DER TOURISTIK



Wir setzen auf Vielfalt

Die größte Angebotspalette an Reiseleistungen bieten wir. Dies tun wir bewusst, weil die Bedürfnisse der Kunden sehr unterschiedlich sind. Die Vielfalt an Marken, Produkten und Dienstleistungen ist unsere Stärke. Mit unseren Marken geben wir dem Kunden klare Leistungsversprechen und arbeiten alle an deren Einhaltung. Wir sind ein verlässlicher Partner: So bauen wir unsere Marktstellung aus und sichern unseren wirtschaftlichen Erfolg.



Wir bauen auf den Einzelnen

Unter unserem Dach wirken viele Kräfte. Unsere gemeinsame Stärke ziehen wir aus der Vielfalt der individuellen Talente und Fähigkeiten, die wir durch ständige Weiterqualifizierung fördern. Die enge Zusammenarbeit zwischen Menschen unterschiedlichster Nationalitäten zeichnet uns aus. Wir setzen auf eigenverantwortliches Handeln. Dabei blicken wir über die Grenzen des eigenen Arbeitsgebiets hinweg und suchen immer den Austausch mit den Kollegen. Denn gemeinsam erreichen wir mehr.



Wir respektieren einander

Respekt ist die Grundlage unserer Zusammenarbeit. Wir begegnen einander ehrlich, fair, offen und wertschätzend – unabhängig von Position, persönlichen Eigenschaften, Überzeugungen und Neigungen. Wir vertreten unseren Standpunkt und bringen diesen konstruktiv ein. Wir zeigen Rückgrat und geben den anderen Rückhalt. Wir sind bereit, Kritik anzunehmen. Getroffene Entscheidungen tragen wir gemeinsam. Jeder von uns ist Teil dieses erfolgreichen, international tätigen Unternehmens. Das tragen wir selbstbewusst nach außen.



Wir setzen auf Fortschritt

Unsere Stärken sind die Erfahrung und die Offenheit für Neues. Wir entwickeln Ideen und Lösungen für die tägliche Arbeit. Wir treiben technologische Entwicklungen voran. Mit unseren innovativen Reiseangeboten und Vertriebskonzepten sind wir immer nah am Kunden. Wir erkennen neue Marktchancen und nutzen sie. Dies ist unser Weg zu dauerhaftem Erfolg.



Wir denken über das Jetzt hinaus

Eine intakte Umwelt, kulturelle Vielfalt und soziale Stabilität sind langfristig das Fundament eines erfolgreichen Tourismus. Wir setzen uns für die Schonung der natürlichen Ressourcen ein, achten die kulturellen Traditionen in den Gastgeberländern und tragen zur Völkerverständigung bei. Unser Ziel ist die Verbesserung der Lebensqualität von Kunden, Mitarbeitern und Menschen in den bereisten Ländern. Wir übernehmen gesellschaftliche Verantwortung und stellen uns den Herausforderungen, einen zukunftsfähigen Tourismus mitzugestalten.

DAS EUROPÄISCHE EXPERTENNETZ

Die Einheiten der neuen DER Touristik



Die Europäer reisen viel und gern. In Europa gibt es einige Länder mit vielen reiseerfahrenen Menschen und andere Regionen, in denen die Reisetätigkeit enorm ansteigen wird. Ein spannender Markt für die Touristik. So sehr aber die Reiseleidenschaft die Europäer grundsätzlich eint, so sehr unterscheiden sich ihr Buchungsverhalten und die Herausforderungen, welche die einzelnen Märkte der DER Touristik prägen.

Urlaub genießt in Europa einen extrem hohen Stellenwert. Unter dem Dach der neuen DER Touristik finden sich Unternehmen zusammen, die die wichtigsten Quellmärkte in Europa abdecken: Die bisherigen Einheiten der DER Touristik sind in Deutschland, Österreich, der Schweiz und im Wachstumsmarkt Osteuropa aktiv. Die neu zur DER Touristik hinzugekommenen Kuoni-Einheiten gelten als touristische Größen in der Schweiz, in Skandinavien und Finnland, Großbritannien sowie den Benelux-Ländern. Die frühere DER Touristik und die neuen Kuoni-Einheiten ergänzen sich ideal. Überschneidungen gibt es kaum. Das sahen die Kartellbehörden der EU und der Schweiz genauso und genehmigten daher den Zusammenschluss Anfang September 2015 ohne Auflagen.

Stationär und online geprägte Märkte

Der deutsche Markt weist die höchste Reisebüro-Dichte der Welt auf. Hier ist der stationäre Vertrieb bislang der stärkste Verkaufskanal. Online-Buchungen nehmen sichtlich zu, aber weitaus stärker im Direktgeschäft bei Hotel-, Flug- und Bahnbuchungen als bei den Pauschalreisen. In der Schweiz steigen die Online-Buchungen derzeit rasant, wobei das Wachstum sowohl durch ausländische Veranstalter als auch durch internationale Online-Portale getrieben wird. Längst bucht der Kunde über Grenzen hinweg, wenn es vorteilhaft für ihn ist. Die

Währungsvorteile, die die Schweizer in ihren europäischen Nachbarländern haben, setzen die Veranstalter vor Ort zusätzlich unter Druck.

In den nordischen Ländern und Benelux-Staaten ist der Online-Anteil der Reisebuchungen bereits sehr ausgeprägt. Wer in diesen Märkten Erfolg haben will, muss online hervorragend aufgestellt sein. Eine

Die wichtigsten Quellmärkte in Europa unter einem Dach

Voraussetzung, die beide Kuoni-Einheiten erfüllen. In diesen Märkten in ein stationäres Vertriebsnetz zu investieren, würde den Marktgegebenheiten nicht gerecht werden. In anderen Regionen hingegen wird das stationäre Reisebüro ein wichtiger Vertriebsweg bleiben.

Die Kunden im Fokus

Abhängig davon, wie der jeweilige nationale Markt sich entwickelt, sind die Ländergesellschaften unterschiedlich aufgestellt. Das reicht vom dichtesten Vertriebsnetz in Deutschland bis hin zum hundertprozentigem Online-Verkauf in den Benelux-Ländern. Kuoni UK bedient ein feines, differenziertes Premium-Segment: hochwertige Produkte für eine anspruchsvolle Klientel, kombiniert mit Expertenberatung in stylischen Kuoni Stores. Apollo

Travel Group, die Einheit Nordic, bedient sowohl den Volumenmarkt klassischer Badeferien mit starker Online-Fokussierung als auch spezielle Zielgruppen, wie etwa Golfer. Die bisherige DER Touristik ist mit sechs Pauschal- und Bausteinveranstaltern, dem dichtesten Reisevertriebsnetz Deutschlands und einer hohen Online-Präsenz im Vertrieb und auch als Reiseveranstalter stark. Beide Bereiche deckt auch Kuoni Schweiz ab. Letztere bedient mit einer Vielzahl von Spezialisten besonders viele interessante Nischen des Reisemarkts.

Zwei Dinge sind allen Einheiten der DER Touristik gemein: Für die Kunden schaffen sie vor Ort mit ihren unterschiedlichen, etablierten Marken Orientierung. Zudem verbindet sie dieselbe Herausforderung: die Digitalisierung des Reisemarkts. Smartphones, Reise-Apps, Online-Buchungen, Internet-Suchmaschinen und Bewertungsportale, Datenbrillen für ein virtuelles Urlaubserlebnis, dem Einfluss von Facebook & Co. sowie branchenfremder Daten-giganten wie Google, die in den Markt drängen – das sind die Herausforderungen der Zukunft. Die DER Touristik ist dabei, auch im Bereich der Digitalisierung eine führende Rolle zu übernehmen.

Wie die Ländergesellschaften aufgestellt sind, und wo ihre Stärken liegen, zeigen die nächsten Seiten – in geografischer Reihenfolge von Nord nach Süd. ■

SCHWERGEWICHT IM NORDEN

Apollo Travel Group – Nordic

Es mag vielleicht am langen skandinavischen Winter liegen, dass sich Reisende aus Schweden, Dänemark, Norwegen und Finnland besonders für sonnige Urlaubsziele und schöne Strände begeistern. Mit einfach buchbaren Pauschalreisen ist dieses Segment ebenso im Portfolio von Apollo enthalten wie Sport-, Golf- und High-End-Luxusreisen.

Apollo's eigene Airline Novair, die Flugverbindungen nicht nur zwischen Skandinavien und dem Mittelmeerraum, sondern auch den Kanarischen Inseln und Ägypten anbietet, rundet dieses Portfolio perfekt ab.

Schwerpunkt Online-Geschäft

Im nordischen Markt ist der Online-Anteil der Reisebuchungen besonders ausgeprägt. Apollo ist dort zwar auch in Reisebüros buchbar, doch dieser Vertriebskanal macht insgesamt nur einen relativ geringen Prozentsatz aus. Da mehr als die Hälfte des Umsatzes über Online-Buchungen generiert wird – Tendenz steigend –, konzentriert sich der Reiseveranstalter hauptsächlich auf den Online-Vertrieb.

Im Norden und in der Welt zu Hause

Seit seiner Gründung 1986 hat Apollo, auf der Suche nach immer neuen Zielen, sein Portfolio kontinuierlich erweitert.

Der Reiseanbieter ist mit seiner Heimatregion stark verbunden und zugleich an vielen Reisezielen in der ganzen Welt präsent. Es war die Liebe zum eigenen Land, die Fotios und Georgios 1986 dazu bewog, ein Reiseunternehmen zu gründen. Sie forderten damals den Markt heraus, wie es Apollo bis heute tut. Bekannt geworden als Spezialist unter den Reiseveranstaltern ist das Unternehmen nach wie vor geprägt von dieser Philosophie. Bei seiner Aktivität möchte sich Apollo ganz bewusst die Vorteile eines kleineren Reiseveranstalters bewahren und zugleich davon profitieren, auch im Segment der größeren Anbieter präsent zu sein.



Die Marke Apollo steht für einen der führenden Reiseveranstalter im nordischen Markt: eine Airline sowie ein exklusives Resort für Sporturlauber, das zugleich Trainingsort der schwedischen Olympia-Mannschaft ist. Mit der Apollo Travel Group heißt die DER Touristik das drittgrößte Touristikunternehmen des nordischen Marktes unter ihrem Dach willkommen – ein echtes Schwergewicht der Branche, fokussiert auf die Märkte Schweden, Norwegen und Dänemark sowie Finnland.

Für jeden Kunden das beste Angebot

Die Apollo Travel Group bleibt immer am Puls des Marktes: So stimmt etwa ihr Veranstalter Apollo sein Pauschalreise-Portfolio laufend auf die Kundenwünsche ab. Und Lime Travel, der Spezialist für High-End-Luxusreisen innerhalb der Travel Group, bietet handverlesene Urlaubsresidenzen, Resorts und Rundreisen für eine anspruchsvolle Klientel. Man erhält dort ausschließlich maßgeschneiderte Reiseangebote, keine Pauschalreisen. Diesem persönlichen, ganz auf individuelle Kundenwünsche ausgerichteten Service, verdankt die Marke ihren Erfolg und einen großen, loyalen Kundenstamm. Lime Travel ist vor allem im schwedischen Markt und bei im Ausland lebenden Schweden sehr beliebt.

Führend bei Sportreisen

In Skandinavien und Finnland lässt sich in den letzten Jahren ein wachsender Trend zu Aktivreisen beobachten. Durch das Aufgreifen dieses Trends und durch entsprechende Angebote für aktive, gesundheitsbewusste und sportliche Reisende hat sich Apollo im Lifestyle-Segment der Aktiv- und Sportreisen eine führende Position erarbeitet. Eine zentrale Rolle spielt hier zum Beispiel das erfolgreiche Playitas Resort in Fuerteventura.

Auch das Golfsegment ist für die Apollo Travel Group in Skandinavien – dem Land der Golfiebhaber – ein wichtiges Stand-

bein, vertreten durch ihre Dachmarke Golf Plaisir mit den Untermarken Out of Bounds und Krone Golf Tours. Beide weisen eine exzellente Reputation auf. Golf Plaisir ist der marktführende Anbieter für pauschale und individuelle Golfreisen. Auch bei den sogenannten Pro Tours belegt der Veranstalter den Spitzenplatz und organisiert Reisen für lokale Golfclubs, die ihren Mitgliedern Golfreisen mit Trainerbegleitung anbieten. Golf Plaisir ist Golfreisen-Exklusivpartner für die Professional Golfers Association von Schweden, Norwegen und Dänemark sowie für den schwedischen Golfverband. ■



„Wir sind die stärkste Touristikmarke des Nordens. Der stetige Marktwandel in unserer Branche treibt uns zu immer neuen Bestleistungen.“

Leif Vase Larsen,
CEO Apollo Travel Group

Besucher auf den Websites von Apollo (2014)

APOLLO

DER VORREITER

Kuoni UK

Kuoni UK gibt sich nie mit seinem Erfolg zufrieden und folgt der Maxime, jedem Kunden von der Buchung bis zum Urlaubsaufenthalt ein optimales Reiseerlebnis zu ermöglichen. Um ein exklusives Service-Angebot bereitstellen zu können, investierte Kuoni UK in die Erweiterung seiner digitalen Präsenz und in ein Vertriebsnetz aus stylischen Travel Stores an exklusiven Einkaufsstandorten, startete Markenbildungskampagnen und entwickelte ein Portfolio an Spitzenprodukten. Die renommierte Sunday Times nahm Kuoni zweimal hintereinander in ihre Jahresliste der besten Arbeitgeber auf. Von der Top-Nachwuchskraft bis zum langjährigen Mitarbeiter bestätigt das Kuoni-Team einhellig, stolz

auf seinen Arbeitgeber zu sein. Was sie verbindet, ist die Leidenschaft für das Reisen und ihr Engagement für die Kunden.

Die Reise beginnt beim Verkauf

Mit seinem Vertriebsnetz aus innerstädtischen Travel Stores und Concession Stores in John-Lewis-Kaufhäusern unterscheidet sich Kuoni UK grundlegend von herkömmlichen Reisebüros. Design und Farben der Stores bewirken ein stylisches Ambiente, Drinks aus aller Welt werden serviert, kurz – das Reise-Feeling soll schon im Kuoni Store beginnen. Um auch außerhalb der Stores viele Kunden zu erreichen, entwickelte Kuoni UK das Modell Click & Connect. Damit verfolgt die Marke eine in der Branche bisher

einzigartige Strategie: Jeder Besucher der Kuoni-Website wird direkt mit einem für die jeweilige Anfrage geeigneten Experten verbunden. Anders als einfache Hotel- oder Flugbuchungen, die jeder

Die Mission: Kuoni UK bietet ein unvergleichliches Reiseerlebnis. Es beginnt bei der Buchung.

Kunde online mit einem Klick erledigen kann, erfordern komplexere Anfragen, wie Fernreisen und Kreuzfahrten neben fundierten Online-Informationen, auch eine kompetente persönliche Beratung – so die Erfahrung von Kuoni. Mit Click &



Seit 50 Jahren setzt Kuoni Travel im britischen Markt den Standard für weltweite Premium-Reisen, einem der am härtesten umkämpften Wettbewerbssektoren überhaupt. Das Unternehmen stellt für seine Kunden weltweit individuell gestaltete Urlaubsreisen zusammen und gilt als Spitzenreiter auf diesem Gebiet. Tausende von Reisen zu Traumzielen rund um den Globus werden von den Mitarbeitern der Kuoni Travel Stores jährlich sorgfältig geplant und gebucht – ob auf die Malediven, nach Sri Lanka, in die USA oder nach Italien.

Connect wird das Unternehmen beiden Anforderungen gerecht und erhöht seine Buchungsrate im Online-Geschäft.

Erstklassiger Service wird von den Kunden hoch geschätzt. Seit der Einführung einer NPS-basierten (Net Promoter Score), leistungsbezogenen Vergütung konnte Kuoni die Bewertungen seiner Buchungs- und Reiseservices von Monat zu Monat verbessern. Die Praxis zeigt, dass Kunden bereit sind für besondere Premium-Leistungen auch einen höheren Preis zu zahlen. Dadurch ergeben sich höhere Margen, die in weitere kundenorientierte Programme investiert werden können.

Entscheidend für den Erfolg ist nicht nur ein exzellentes Serviceerlebnis bei der Buchung, sondern auch eine große Angebotsvielfalt an Reisezielen und ein exklusives, branchenweit einzigartiges Portfolio – zwei Aspekte, die bei Kuoni UK und seinen Veranstaltern in Großbritannien besonders im Fokus stehen. Das bestehende Produktangebot für den Indischen Ozean wurde dementsprechend um weitere Luxusanlagen erweitert, die Kuoni im britischen Markt als Exklusivanbieter vertritt.

Zukunftsinvestitionen

Die Verbesserung seiner Marktposition gehört zu den Hauptzielen von Kuoni. Mit anspruchsvollen Marketingkampagnen steigert das Unternehmen seine Markenpräsenz im britischen Markt. So startete Kuoni im Januar seine neue, auf den Malediven gedrehte TV-Werbekampagne

„Find Your Amazing“, in der eine Synchronschwimmerin auf dem Wasser zu gehen scheint. Im Rahmen einer neuen Partnerschaft mit dem zum Condé Nast Verlag gehörenden Magazin „Brides“ entwickelte Kuoni außerdem seinen ersten Hochzeitsreiseführer. Er ist im Stil eines Magazins gestaltet und bewirbt Kuonis erweitertes Portfolio an Reisezielen. Kuoni UK bleibt seinen Marken verpflichtet und setzt weiter mit kreativen Ideen seine Ziele um: vom Ausbau seines Produktangebots und Vertriebsnetzes, über seine Entwicklung als digitales Unternehmen bis hin zu einer stärkeren Personalisierung durch Smart-Marketing. ■



„Was Zielsetzungen, Kundenfokus und Talentförderung betrifft, stimmen Kuoni UK und DER Touristik in ihren Werten überein.“

Derek Jones,
Managing Director Kuoni UK

der britischen Kunden würden
Kuoni an Freunde weiterempfehlen.

93%

DIE STABILE KRAFT

DER Touristik - D, A, CH

Schlüssel des Erfolgs der DER Touristik ist ihre zukunftsfähige Aufstellung in allen Segmenten des Marktes: den klassischen Urlaubsreisen, den Individual- und Fernreisen sowie dem stationären und digitalen Reisevertrieb. Mit diesen Eckpfeilern erfüllt die DER Touristik in Deutschland, Österreich und der Schweiz ihr Kundenversprechen individueller Reiseerlebnisse.

Individuell und nah am Kunden

Der Individualität jedes einzelnen Kunden gerecht zu werden – das ist der Anspruch der sechs klar voneinander abgegrenzten Veranstalter-Marken der DER Touristik. Sie bieten Reiseprodukte für jeden Urlaubswunsch und jedes Budget: die

Baustein- und Individualveranstalter Dertour, Meier's Weltreisen und ADAC Reisen der DER Touristik Frankfurt sowie die Pauschalreiseveranstalter ITS, Jahn Reisen und Travelix der DER Touristik Köln. Jeder Mensch ist anders. Jeder Mensch hat andere Urlaubsträume. Genau diese lässt die Markenwelt der DER Touristik wahr werden.

Nicht irgendein Urlaub. DER Urlaub.

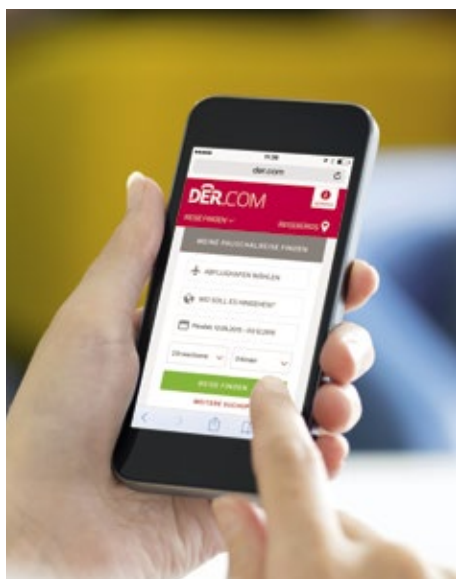
Der Wunsch des Kunden steht bei unserem Service immer im Vordergrund. Beginnend bei der kompetenten persönlichen Beratung und der sorgfältigen Planung der Reise bis hin zum Service, der sich über die

gesamte Reise erstreckt: die Nähe zum Kunden ist von zentraler Bedeutung. Diese Haltung spiegelt sich auch im Versprechen der Vertriebsmarke DER Reisebüro wider: „Wünsche werden Reise“.

Im Reisevertrieb ist die DER Touristik in Deutschland klarer Marktführer. Er verfügt über rund 2.100 eigene und kooperierende Reisebüros sowie die Online-Plattform DER.COM, die das flächendeckende stationäre Vertriebsnetz digital ergänzt.

Digital in die Zukunft

Die Veranstalter-Produkte der DER Touristik werden heute zu 80 Prozent in den stationären Reisebüros und zu 20 Prozent online gebucht. Damit ist die persönliche Beratung



Die DER Touristik blickt auf eine fast 100-jährige Unternehmensgeschichte zurück. Gegründet 1917 als DER Deutsches Reisebüro in Berlin hat die DER Touristik den Tourismus in Deutschland über die Jahrzehnte hinweg entwickelt und geprägt. Heute ist sie der zweitgrößte Touristik-Konzern Deutschlands und fest im österreichischen und Schweizer Markt verankert.

in den Reisebüros weiterhin wichtigster Vertriebskanal der DER Touristik-Veranstalter-Marken in Deutschland. Die Digitalisierung des Reisevertriebs verläuft unterschiedlich: Während die Buchung von Einzelleistungen wie Hotelzimmern, Flügen oder Mietwagen zunehmend online erfolgt, geschieht dies bei Pauschalreisen langsamer. Die digitale Vertriebsplattform DER.COM und die Veranstalter-Websites bilden die Basis der Digitalisierungsstrategie der DER Touristik in Deutschland. Sie ergänzen den stationären Reisevertrieb optimal und sind das Rüstzeug für die Zukunft in der Touristik.

Top im Business Travel Management

Im deutschen Geschäftsreisebereich belegen FCm Travel Solutions und DERPART Spitzenplätze. FCm Travel Solutions gehört zu den „Top Five“ der globalen Geschäftsreiseketten und bietet sowohl Großkonzernen als auch kleinen und mittelständischen Unternehmen professionelles Geschäftsreisemanagement an. Spezialveranstalter, eigene Hotelmarken, internationale Zielgebietsagenturen sowie mehrere Beteiligungen im Ausland vervollständigen die Markenfamilie der DER Touristik in Deutschland.

Die beständige Kraft in der Touristik

Mehr als sechs Millionen Gäste vertrauen sich mit ihren Reisewünschen jedes Jahr in Deutschland, Österreich und der Schweiz den Marken der DER Touristik an. Eine Zahl, die stolz macht und die anspricht – und die das Unternehmen in seiner

zukunftsorientierten Haltung, einer konkurrenzlosen Angebotsvielfalt und dem konsequenten Beratungsansatz bestärkt.

Ihre Markenwelt, fast 100-jährige Markterfahrung, modernste Technik und das perfekte Zusammenspiel zunehmend aller Bereiche – vom Reisebüro über den Hotelier bis hin zur Zielgebietsagentur vor Ort –, das ist das Fundament der DER Touristik in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Es gibt ihr Tragfähigkeit und Bestand in einer sich stets wandelnden Reisebranche. ■



„Individuell, verlässlich, breit aufgestellt – die DER Touristik ist eine feste Größe im deutschen, österreichischen und Schweizer Reisemarkt.“

René Herzog,
CEO DER Touristik
Central Europe

Reisebüros – das dichteste
Reisevertriebsnetz Deutschlands

2100

DIE JUNGEN WILDEN

Kuoni Spezialisten – Benelux

Mit den drei Marken Koning Aap, Shoestring und YourWay2GO ist Kuoni Benelux überwiegend in den Niederlanden und in Belgien unterwegs. Das vierte und jüngste Mitglied – Entdeck die Welt – verfolgt dasselbe Geschäftsmodell wie YourWay2GO und ist seit Januar 2014 in Deutschland online.

Eine Kernidee, viele Ausprägungen

Alle vier Spezialisten kennzeichnen drei grundsätzliche Dinge: Sie konzentrieren sich auf Reiseziele außerhalb Europas,

und sie setzen als Direktvertriebsmarken auf das Internet als Verkaufskanal. Sie chatten, twittern und posten – setzen also soziale Medien und Chats ein, um ihre Kunden zu erreichen und zu beraten. Welche Zielgruppe aber mit dem Angebot, dem Content und der Buchungsmaschinerie der Webseite angesprochen wird, hebt sie voneinander ab.

Vier Portale für alle Zielgruppen

Koning Aap, der älteste und umsatzstärkste Anbieter im Benelux-Gespann,

setzt auf Gruppenreisen für die Altersklasse ab 45 Jahren, die von einem niederländischen oder belgischen Reiseleiter begleitet werden. Außerdem bietet Koning Aap Touren für Familien an.

Seit 30 Jahren im Online-Geschäft

YourWay2GO und Entdeck die Welt konzentrieren sich hingegen auf den Individualreisenden. Auf ihren Websites finden sich wertvolle Reisetipps und



Ganz bewusst positioniert sich die Kuoni Specialists B.V., die Kuoni-Einheit in den Benelux-Ländern, in der Nische und setzt mit ihren vier Veranstaltern auf spannende Fernreise-Destinationen.

Die Stärke des unkonventionellen, kreativen Teams: Es ist in der Online-Welt hervorragend aufgestellt. Die Einheit Kuoni Benelux weiß, wie sie als Reiseveranstalter die digitale Welt mit starker Fokussierung auf bestimmte Zielgruppen verbindet und für sich nutzbar machen kann.

–ideen, denn die Mitarbeiter präsentieren hier ihr Spezialistenwissen und ihre persönlichen Geheimtipps. Schritt für Schritt stellt sich der Urlauber seine ganz individuelle Reise zusammen. Sobald er sein Reiseziel ausgewählt hat, wird er auf die jeweilige Länderseite weitergeleitet. Hier warten Startpakete, verschiedene Reisebausteine und Inspirationen darauf, zum einzigartigen Trip zusammengestellt zu werden.

Internationale Entdecker im Team

Abenteuerreisen als Gruppenerlebnis sind die Spezialität von Shoestring. Die Kundengruppe, die angesprochen wird, setzt sich zusammen aus Globetrottern zwischen 25 und 45 Jahren. Preislich spielt Shoestring in der preisbewussten Liga für die „Budget Traveller“. Das Angebot ist ein Mix aus Action, Abenteuer und Spaß. Englischsprachige Tour Guides begleiten die Gruppen, die meist aus Niederländern, Briten und Deutschen bestehen, auf ihren Reisen. Seit 2014 hat Shoestring zudem maßgeschneiderten Urlaub im Angebot und bietet seinen Kunden damit die Möglichkeit, die Reise den eigenen, individuellen Wünschen anzupassen.

Kundenfokus in digitaler Welt

Die Benelux-Spezialisten haben ihre Kunden und deren Reisewünsche fest

im Blick. Sie verschaffen ihnen reichlich Freiheiten und viele Gestaltungsmöglichkeiten – dieses Credo steht als Leitidee hinter der ganzen Gruppe. Sie holen den Urlauber bei seinen Erwartungen an das Reiseerlebnis ab und integrieren ihr Reise-Know-how geschickt in den Buchungsvorgang. Sie verkaufen ausschließlich über's Internet und treffen ihre Kunden dort, wo sie sind: nämlich im Netz, auf Facebook oder auf Twitter. Sie setzen auf ein modernes und zukunftsorientiertes Geschäftsmodell. ■



„Wir sind ein junges, dynamisches Team mit großem Zusammenhalt und unkonventioneller Denkweise. Das ist unsere Stärke.“

Jan Middelhoek,
CEO Kuoni Specialists

Seitenauftrufe pro Jahr auf vier Portalen

21MIO.

DIE STRAND- EXPERTEN

Exim Tours / Kartago Tours – Osteuropa

Die Reiseveranstalter Exim Tours und Kartago Tours gehören zur internationalen Exim-Gruppe, die ihren Sitz in Prag hat. Während Exim Tours in Tschechien und Polen stark vertreten ist, ist das Schwesterunternehmen Kartago Tours in Ungarn und der Slowakei aktiv.

Zu 90 Prozent verkaufen Exim Tours und Kartago Tours klassische Pauschalreisen rund ums Mittelmeer. Bei allen Produkten ist ein äußerst solides Preis-Leistungs-Verhältnis die Basis des Erfolgs.

Extravaganzen nicht gefragt

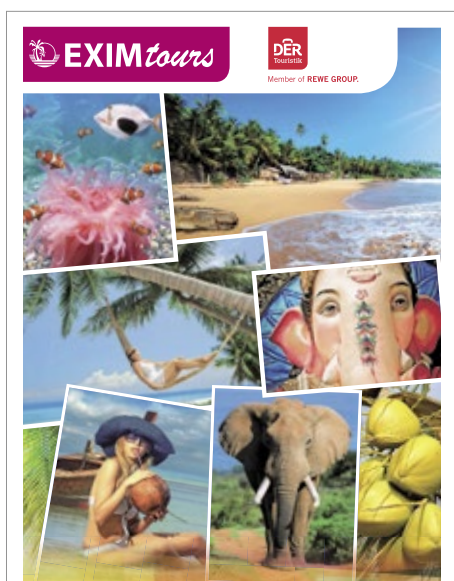
Zu den beliebtesten Reisezielen zählen Tunesien, Ägypten, die Türkei, Spanien, Griechenland und Italien. Der Schwerpunkt

Exim Tours: die Nummer eins in Tschechien

liegt bei Hotels der 3- bis 4-Sterne-Kategorie, günstige Charterflüge bringen die Reisenden ans Ziel. Zunehmend gewinnen auch exotische Ziele auf der

Langstrecke an Bedeutung. „Weiter weg – mehr erleben“, heißt die Devise. Wer möchte, entspannt in der Karibik oder auf Bali, entdeckt die Vereinigten Arabischen Emirate (V.A.E.), Kenia und Sansibar oder erobert die Kapverdischen Inseln.

Das Portfolio wird durch Skireisen im Winter und Hotels mit Eigenanreise in Europa ergänzt. Die meisten Kunden von Exim Tours und Kartago Tours wünschen sich Urlaub ohne Extravaganzen, der dafür bezahlbar ist.



Badereisen stehen in Osteuropa an erster Stelle. Mit einem genau abgestimmten Produktangebot hat es Exim Tours in Tschechien zum Marktführer geschafft. In den Wachstumsmärkten Tschechien, Polen, der Slowakei und Ungarn sind Exim Tours und Kartago Tours gut aufgestellt. Zukünftig geht es vor allem darum, die digitalen Entwicklungen der sich ändernden Touristik-Welt mitzugestalten.

Vertriebsnetz in Pink

Ein Exim-Reisebüro erkennt man sofort: Leuchtendes Pink dominiert das Erscheinungsbild, ob an der Außenfassade, der Inneneinrichtung, der Dienstkleidung oder im Werbeplakat. Während in den Exim-Reisebüros ausschließlich eigene Produkte verkauft werden, kooperieren die Veranstalter Exim Tours und Kartago Tours auch mit Franchise-Partnern und externen Reisebüros, so dass sie flächendeckend in ihren Heimatländern vertreten sind.

Dynamik nimmt zu

Der osteuropäische Markt verändert sich zunehmend. Dynamische Produkte gewinnen an Relevanz, der Flugmarkt öffnet sich und damit nimmt die Flexibilität des Reiseangebots deutlich zu. Zeitgleich gewinnt das Internet auch in Osteuropa zusehends an Bedeutung. Schon heute buchen rund 25 Prozent der Exim Tours-Gäste ihre Reisen online. Der eigenen Website www.eximtours.cz kommt dabei ein

Anteil von zehn Prozent zu. Für Exim Tours bedeutet diese Entwicklung, ebenfalls neue Wege einzuschlagen und die

Flexible Produkte sind gefragt

Digitalisierung des Marktes mitzugehen. Dynamische Produkte verlangen eine leistungsstarke und flexible Technik. ■



„Wir kennen den osteuropäischen Markt und sind seit Langem Marktführer in Tschechien. Unter dem Dach der DER Touristik kann jedes einzelne Unternehmen sein Wissen für die Gemeinschaft einbringen.“

Ferid Nasr,
General Director Exim Holding

der Kunden buchen Badeurlaub im Mittelmeer

90%

DIE SPEZIALISTEN

Kuoni Schweiz

Wer ein Kuoni-Reisebüro betritt, spürt es: Die besondere Atmosphäre macht Lust auf Reisen, hochwertiges Interieur heißt den Eintretenden willkommen. Engagierte Mitarbeiter widmen sich jedem Gast in Ruhe und mit Zeit, beraten individuell, erfassen Wünsche und wandeln sie in buchbare Reisen um. Sonderwünsche? Gerne! Bei ihrer Arbeit haben die Kuoni-Mitarbeiter ein klares Ziel vor Augen: Dem Reisenden einzigartige Augenblicke fern der Heimat zu ermöglichen. Kurz: eine Reise zu gestalten, die sich der Gast genau so gewünscht hat und an die er sich noch lange erinnern wird. Beratung

wird hier großgeschrieben. Auch der anspruchsvollste Kunde startet zufrieden in den Urlaub. Kuoni-Reisebüros findet man flächendeckend in der Schweiz. Darüber hinaus werden Anfragen für Gruppenreisen von unserer eigenen Gruppenabteilungen und Geschäftsreisende durch die Business Travel Center betreut

Online gut aufgestellt

Wer seine Reise online buchen möchte, ist auf www.kuoni.ch, www.helvetictours.ch und www.lastminute.ch bestens aufgehoben. Auf allen drei Internetseiten werden täglich dynamisch paketierte Flüge

und Hotels zu aktuellen Tagespreisen angeboten. Mit X-Helvetic Tours etablierte Kuoni 2011 den ersten virtuellen Tour Operator der Schweiz.

Vom Badeurlaub bis zur Zeltsafari: Veranstalter und Spezialist in einem

Der Reiseveranstalter Kuoni steht für ausgewählte Premium-Reisen für den anspruchsvollen Gast. Wer mit Kuoni auf Reisen geht, kann sich auf einen exzellenten Service und hochwertige touristische Dienstleistungen freuen. Helvetic Tours bietet günstige Pauschal-



Kuoni zählt zu den angesehensten und traditionsreichsten Marken in der Schweiz. Das Unternehmen steht seit mehr als 100 Jahren für hochwertige Reisen, hervorragenden Kundenservice und individuelle Beratung in den eigenen Reisebüros. Dahinter verbirgt sich ein hohes Qualitätsbewusstsein, nicht nur bei den Reiseveranstaltern, sondern auch im Vertrieb.

reisen für Badeferien sowie Städtereisen für den kleinen Geldbeutel an. Bei den zehn Spezialmarken von Kuoni werden maßgeschneiderte, außergewöhnliche Urlaubswünsche Wirklichkeit. Vielen

Perfect Moments – unvergessliche Erlebnisse für jeden Gast

Reiseideen sind dabei kaum Grenzen gesetzt. Ob Tauchreisen im Indischen Ozean, private Safaris in Afrika, Expeditionen im Eis oder Bahnreisen weltweit – viele Spezialveranstalter von Kuoni sind Marktführer in ihrem Segment.

Fairer Partner seit über 100 Jahren

Werte wie Zuverlässigkeit, Authentizität und Leidenschaft sind bei Kuoni keine Floskeln – sie werden täglich gelebt. Kuoni legt weltweit Wert auf faire Beziehungen zu Mitarbeitern, Kunden und Partnern. Seit Alfred Kuoni das Unternehmen im Jahre 1906 in Zürich gegründet hat, steht Kuoni für Verlässlichkeit und hohe Qualität, aber auch für Innovation und die Leidenschaft, Neues zu entdecken.

Innovative Ideen für zufriedene Kunden

Kuoni setzt auf Innovation. Mit dem Online-Reisemagazin „elsewhere by Kuoni“ trägt das Unternehmen beispielsweise dem wachsenden Wunsch nach Reise-

Inspiration Rechnung. Zur Messung und stetigen Verbesserung der Kundenzufriedenheit entwickelt Kuoni das CRM-Tool „Kuoni Customer Love“ konstant weiter. Eine neue Katalog-Scanner-App und der „Kuoni Reisekompass®“ sind wichtige Tools für den Verkaufsprozess. ■



„Kuoni Schweiz ist ein etabliertes Unternehmen. Doch Tradition ist nicht alles. Die touristische Zukunft liegt zum großen Teil in der Digitalisierung der Reisewelt. Dieser Aufgabe stellen wir uns gemeinsam mit der DER Touristik.“

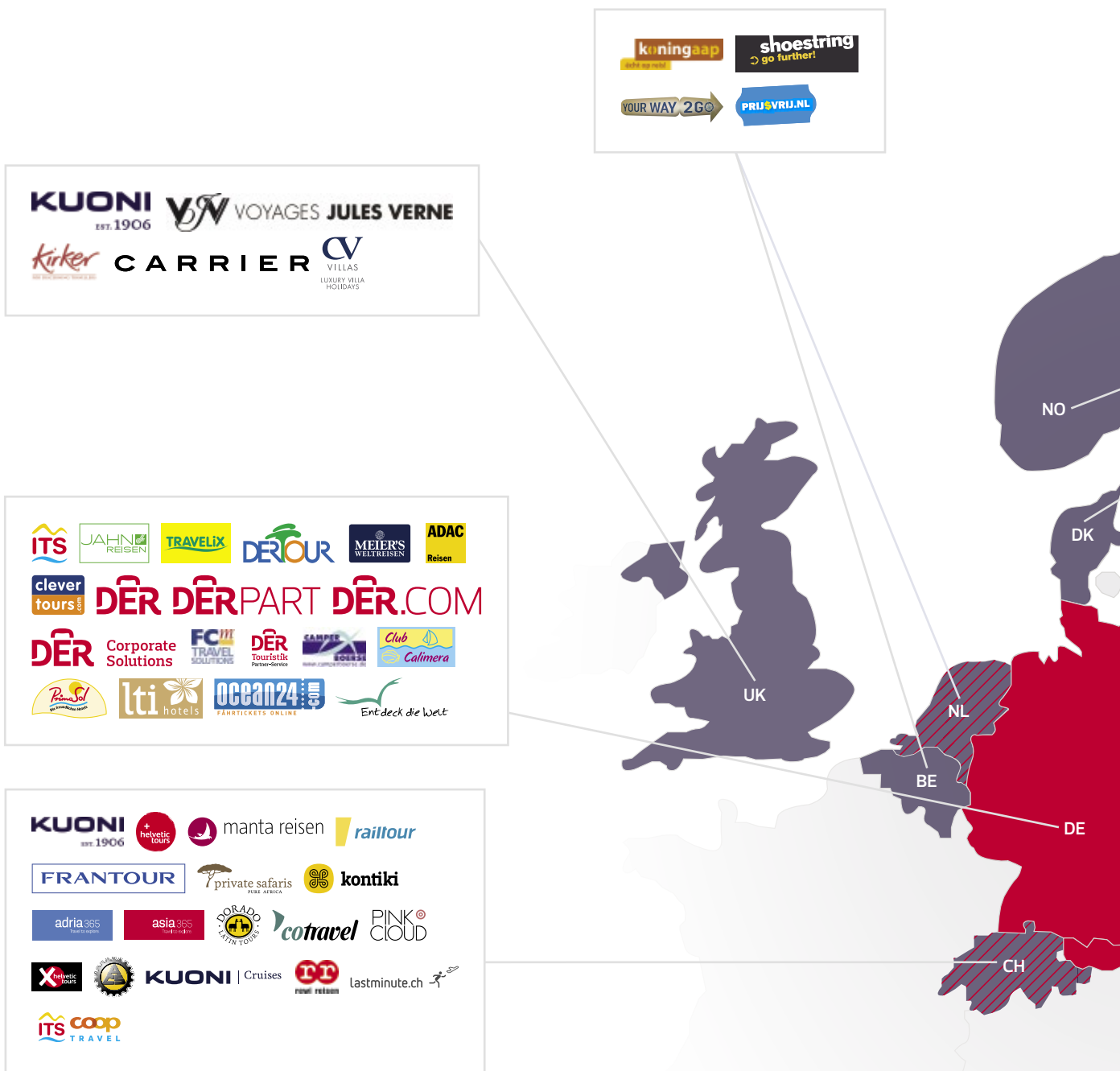
Marcel Bürgin,
CEO Kuoni Schweiz

Tradition und Erfahrung seit

1906

EIN STARKES NETZWERK

Optimale Ergänzung in 14 Ländern



Zu den zahlreichen Reiseveranstaltern der neuen DER Touristik zählen unter anderem so bekannte Marken wie Dertour, Meier's Weltreisen, ITS, Jahn Reisen, Kuoni, Helvetic Tours, Apollo und Exim Tours. Hinzu kommen ausgezeichnete Spezialisten, eine Airline, konzerneigene Hotels, ein dichtes Vertriebsnetz und ein florierender Online-Vertrieb. Was hier entsteht, ist ein einmaliges Expertennetz: Kuoni (blau) und DER Touristik (rot) ergänzen sich ideal. Zusammen decken sie die wichtigsten Quellmärkte in Europa ab.



7,7 MIO.

Gäste pro Jahr

VIELFALT, DIE ÜBERZEUGT

Die Markenwelt der DER Touristik



Das Bedürfnis der Kunden nach Orientierung und Service gewinnt zunehmend an Bedeutung. Dem trägt die DER Touristik Rechnung – mit ihren zahlreichen Reiseveranstaltern, Spezialisten, erfolgreichen Reisebüro-Marken, einer hervorragenden Online-Präsenz und Zielgebietsagenturen weltweit. Die folgenden Seiten stellen die Markenwelt der DER Touristik vor, sortiert nach Einheit in geografischer Reihenfolge von Nord nach Süd.

Apollo Travel Group – Nordic



Strände, Sporturlaub und Rundreisen als Erfolgsfaktor

Apollo ist ein führender Reiseveranstalter in der nordischen Region. Die Marke konzentriert sich auf Pauschalreisen für Sonnen- und Strandurlauber, nimmt jedoch auch im Bereich Aktiv- und Sportreisen eine führende Position ein. Kreuzfahrten, Rundreisen und flexible Pauschalangebote mit Städtetrips gehören ebenfalls zu ihrem Portfolio.

www.apollo.se; www.apollo.no;
www.apollorejser.dk; www.apollomatkat.fi



Führender Golfreiseveranstalter

Die Dachmarke Golf Plaisir und ihre Untermarken Out of Bounds und Krone Golf Tours sind in Skandinavien und Finnland als führende Golfreiseveranstalter positioniert. Mit 17.000 Gästen pro Jahr sind sie Spitzenreiter bei pauschalen und individuellen Golfreisen sowie bei der Organisation von Pro Tours für lokale Golfclubs. Golf Plaisir ist Golfreisen-Exklusivpartner für die Professional Golfers Association von Schweden, Norwegen und Dänemark sowie für den schwedischen Golfverband.

www.golfplaisir.se



Europas führendes Sportresort

Als führendes Sport-Resort in Europa bietet Playitas seinen Gästen eine Vielzahl von Möglichkeiten für ihren Aktivurlaub sowie erstklassige Trainingsanlagen für den Amateur- und Profisport. Der Standort Fuerteventura überzeugt mit einem idealen Klima, das eine ganzjährige Ausübung der meisten Sportarten erlaubt. Playitas ist offizieller Trainingsort der schwedischen Olympia-Mannschaft.

www.playitas.net



Individuelle Reisen für anspruchsvolle Kunden

Lime Travel ist ein auf das High-End-Luxussegment spezialisierter Reiseveranstalter. Sein Portfolio beinhaltet handverlesene Urlaubsresidenzen, Resorts und Rundreisen für eine anspruchsvolle Klientel. Lime Travel bietet ausschließlich maßgeschneiderte Reiseangebote, keine Pauschalreisen. Diesem persönlichen, ganz auf die Kundenwünsche ausgerichteten Service verdankt die Marke ihren Erfolg und einen großen, loyalen Kundenstamm.

www.limetravel.se



Traumurlaub aus einer Hand

Apollo Travel Group betreibt seit 1997 ihre eigene Airline Novair, die mit drei Airbus A321-200 Verbindungen zwischen Skandinavien und dem Mittelmeerraum, den Kanarischen Inseln und Ägypten anbietet. Im Frühjahr 2017 soll die bisherige Flotte durch drei Maschinen des Typs Airbus Neo ersetzt werden. Durch die eigene Airline kann der Reiseveranstalter seine Kunden ganzjährig in den Strandurlaub fliegen.

www.novair.se

Kuoni UK



Die erste Adresse für weltweite Premium-Reisen

Seit 50 Jahren setzt Kuoni Travel im britischen Markt den Standard für weltweite Luxusreisen. Die Marke steht für maßgeschneiderte Urlaubsangebote und Hochzeitsreisen zu mehr als 80 Destinationen in aller Welt und ist Marktführer für Reiseziele im Indischen Ozean. Kuoni Travel arbeitet eng mit weltweit führenden Resort-Ketten und Airlines zusammen und weist vor allem in Großbritannien einen sehr hohen Bekanntheitsgrad auf.

www.kuoni.co.uk



Mit Experten auf Entdeckungsreise

VJV bietet seit über 35 Jahren fachkundig begleitete Reisen für Geschichts-, Kultur- und Naturliebhaber an. Ob per Flugzeug oder Schiff, auf Straßen oder Schienen – VJV bringt Reisende weltweit auf ausgesuchten Routen ans Ziel und gibt ihnen die Möglichkeit, es intensiv kennenzulernen. Alle Gruppen werden von lokalen Experten geführt und können sich auf spannende Exkursionen, Veranstaltungen und Gleichgesinnte mit gemeinsamen Interessen freuen.

www.vjv.com



Kurztrips und Kulturreisen für Anspruchsvolle

Die Marke Kirker stellt seit 1986 individuell zugeschnittene Kulturreisen für ihre Kunden zusammen. Sie richtet sich an unabhängige, erfahrene Reisende, die eine kompetente, persönliche Beratung aus erster Hand schätzen, wie sie Experten von Kirker bieten. Das Konzept setzt auf ausgewählte Hotels kombiniert mit einem Kulturprogramm, das vom sogenannten Kirker Concierge sorgfältig zusammengestellt wird von Eintrittskarten für Museen, und Theater bis zum Tisch im lokalen Edelrestaurant.

www.kirkerholidays.com

CARRIER

Der Spezialist für Luxus- und Individualreisen

Carrier ist einer der führenden britischen Reiseveranstalter im Luxussegment und seit über 30 Jahren im Markt etabliert. Sein Markenzeichen sind weltweite Reiseangebote mit Stil, herausragender persönlicher Service sowie höchste Kompetenz. Damit deckt Carrier das Design- und Lifestyle-Segment ab und ist in den Reisebüros von Kuoni sowie bei unabhängigen Reiseagenturen und über die preisgekrönte Kuoni-Website buchbar. Das von Experten entwickelte Carrier-Portfolio wird den Kunden in sieben Broschüren präsentiert.

www.carrier.co.uk



Exklusive Villen an den schönsten Orten der Welt

Urlaub in der Luxusvilla – seit über 40 Jahren das Spezialgebiet der Marke CV Villas und ein Erfolgskonzept für begeisterte Kunden, die jedes Jahr wiederkehren. Exklusive Traumvillen an ausgesuchten Standorten inklusive Flug, Mietwagen und fachkundiger lokaler Betreuung bieten den Kunden von CV ein Reiseerlebnis der Luxusklasse. CV Villas organisiert seine Reisen von der Wahl der idealen Villa bis hin zum kleinsten Detail nach Wunsch des Kunden und ermöglicht ihm stets aufs Neue einen sorglosen, exquisiten Villenurlaub.

www.cvvillas.com



Kuoni Stores – stilvolle Reiseboutiquen mit Expertenberatung

Kuoni UK hat ein neues Vertriebskonzept für Großbritannien entwickelt, mit dem mehr Direktkunden gewonnen werden sollen. In stilvoll eingerichteten Travel Stores bietet Kuoni UK persönliche Beratung durch engagierte, hoch qualifizierte Reiseexperten. Zu seinem flächendeckenden Vertriebsnetz aus Travel Stores in ganz Großbritannien gehören auch Concession Stores in John-Lewis-Kaufhäusern. Für die nächsten Monate sind weitere Neueröffnungen an exklusiven Standorten geplant.

www.kuoni.co.uk

DER Touristik – D, A, CH



Ferien am Strand und in den Bergen

Der Pauschalreiseveranstalter ITS bietet Badeurlaub und Auto-reisen für Familien und Paare. Familiengerechte Unterkünfte im 4-Sterne-Segment, Kinderermäßigungen, Kinderbetreuung sowie zahlreiche Single-mit-Kind-Angebote in den beliebtesten Ferienorten garantieren Urlaubsspaß für Groß und Klein. Die Marke tritt in Österreich als ITS Billa Reisen auf, in der Schweiz als ITS Coop Travel und in Tschechien als ITS Billa Travel.

www.its.de; www.itsbilla.at;
www.itscoop.ch; www.itsbilla.cz



Reisen mit dem gewissen Etwas

Die Premium-Marke Jahn Reisen bedient anspruchsvolle Individualisten im Pauschalreisesegment. In sechs Urlaubswelten steht der besondere Urlaubsgenuss in den schönsten Zielen Europas und Asiens, im Nahen Osten, im Indischen Ozean und der Karibik im Mittelpunkt: Luxushotels gehören dabei ebenso zum Angebot wie Golf- und Wellnesspakete, zahlreiche Rundreisen und Kulturprogramme.

www.jahnreisen.de



Viel Urlaub für wenig Geld

Der rein dynamische Veranstalter Travelix bietet ein hochwertiges Angebot mit rund 4.000 Hotels in über 100 Reisezielen. In vielen Destinationen entscheiden Travelix-Gäste ganz flexibel selbst, ob sie zu Flug und Hotel einen Transfer buchen möchten. Auch reine Hotelbuchungen sind möglich. Im Programm sind die Klassiker unter den Urlaubsregionen und beliebte Städteziele auf der Kurz-, Mittel- und Fernstrecke.

www.travelix.de



Individuell kombinierbare Reisebausteine – weltweit

Dertour ist einer der größten Reiseveranstalter Deutschlands und Österreichs. Der Bausteinexperte ist Marktführer für Städtereisen und Fernreiseziele, darunter Nordamerika. Pro Saison legt Dertour rund 30 Länder- und Themenkataloge auf. Mit Dertour live bietet der Veranstalter Reisen und Eintrittskarten für Kultur- und Sportevents an. Die Premium-Marke Dertour deluxe garantiert Urlaub für höchste Ansprüche.

www.dertour.de



Der Spezialist für alles Ferne

Seit über 30 Jahren hält Meier's Weltreisen seine Position als Fernreisepespezialist in Deutschland und Österreich. Der Marktführer für Asien-Reisen steht für einen hohen Qualitätsstandard zu bestmöglichen Preisen. Das Angebot umfasst die schönsten Fernreiseziele der Welt. Neben klassischen Zielen bietet Meier's Weltreisen auch außergewöhnliche Reisen in touristisch noch wenig bekannte Regionen und Erlebnisreise-Bausteine an.

www.meiers-weltreisen.de



Reiseziele nah und fern „erfahren“

ADAC Reisen, der Experte für mobilen Urlaub, spricht Menschen an, die Freiheit und Mobilität schätzen. In Kooperation mit dem ADAC legt der Veranstalter Reisen mit dem eigenen Pkw oder Motorrad, dem Mietwagen, Campmobil oder Reisebus auf. In fünf Katalogen findet sich die ganze Bandbreite des mobilen Urlaubs in Europa, Nordamerika und Australien, Neuseeland und dem südlichen Afrika.

www.adacreisen.de



„Weiße Reisen“ für Handelspartner

Clevertours.com konzipiert und vermarktet hochwertige Reiseprodukte für Handelspartner. Ob im Schnäppchen- oder im Premium-Bereich, nach dem Bausteinprinzip oder als Pauschalreise, als Flug- oder Autoreise: Den Möglichkeiten sind keine Grenzen gesetzt. Dabei überzeugt clevertours.com Großkunden wie den Reisebüro-Vertrieb oder Handelsunternehmen wie REWE und PENNY mit attraktiven Preisen.

www.clevertours.com; www.penny-reisen.de;
www.rewe-reisen.de



Wohnmobilreisen weltweit

Die camperboerse.de ist Marktführer im deutschsprachigen Raum für den Online-Vertrieb von Wohnmobilreisen weltweit. Das Programm mit mehr als 50 Wohnmobilvermietern kann online und im Reisebüro gebucht werden. Mit der Tochterfirma Motorhome Bookers Ltd. zählt die camperboerse zu den umsatzstärksten Vermittlern von Wohnmobilen in ganz Europa. Motorhomebookers.com bietet Kunden in UK, Europa und Australien Wohnmobile an.

www.camperboerse.de;
www.motorhomebookers.com



DER Reisebüros – Beratungskompetenz deutschlandweit

Getreu dem Versprechen „Wünsche werden Reise“ sorgen rund 2.000 Reiseexperten in rund 500 DER Reisebüro-Fillialen in ganz Deutschland dafür, dass Urlaubswünsche wahr werden. Im Fokus stehen dabei persönliche Beratung mit fundiertem Fachwissen und erstklassigem Service. Die Angebotspalette der DER Reisebüros umfasst das gesamte Sortiment der großen Reiseveranstalter und beinhaltet auch Reiseversicherungen sowie Flug-, Schiffs- und Bahntickets.

www.der.com/reisebuero



Ihr Spezialist für Urlaubs-Specials

Der Reiseveranstalter Transair ist eine Marke der Rewe Austria Touristik GmbH und konzipiert, entwickelt und vermarktet hochwertige Reiseprodukte mit ganz unterschiedlichem Zuschnitt über die Handelsfirmen MERKUR, BILLA und PENNY. Ob Luxus oder Low Budget, Städtetrip nach dem Bausteinprinzip oder Strandurlaub, Autoreisen oder Anreisen per Bahn – alles ist möglich. Und das immer zu attraktiven Preisen.

www.transair.at; www.merkur-ih-urlaub.at;
www.penny-reisen.at; www.billareisen.at;



Europaweite Fährverbindungen online buchen

Ocean24 ist ein Internet-Portal, mit dem Strecken, Abfahrtszeiten, Überfahrtslänge und Preise aller namhaften europäischen Fähranbieter auf einen Blick verglichen und Fährtickets online bei der jeweiligen Reederei gebucht werden können. Der direkte Zugang zu den Reservierungssystemen der Reedereien ist einzigartig. Dadurch sieht der Kunde sofort, ob seine gewünschte Verbindung noch buchbar ist.

www.ocean24.com



Das Franchise-Angebot für Reisebüro-Unternehmer

Seit der Gründung vor mehr als 30 Jahren hat sich Derpart zu einem der größten und erfolgreichsten Reisebüro-Partnersysteme in Deutschland entwickelt. Insgesamt gehören 450 Reisebüros zu Derpart. Davon sind 71 als Derpart Travel Service Center auf den Geschäftsreisesektor spezialisiert. Die Franchise-Partner finden als freie Unternehmer unter dem Dach der DER Touristik Unterstützung, etwa in den Bereichen IT und Marketing.

www.derpart.com



Perfekter Anschluss an die DER Touristik

DER Touristik Partner-Service ist die Dachorganisation für die Reisebüro-Kooperationen Deutscher Reising und ProTours/RCE, TourContact sowie DER Touristik Partner-Unternehmen, Karstadt Reisebüros und für den ADAC Regionalclub Württemberg. DER Touristik Partner-Service zählt mehr als 800 Reisebüros und gehört zum DER-Reisebüro-Vertrieb in Deutschland.

www.dtps.de



Die aufstrebende Kraft im Internet

DER.COM ist das zentrale Internetportal der über 500 DER Reisebüros und des Vertriebs der DER Touristik. Die Plattform wird zur starken Online-Vertriebsmarke ausgebaut und eng mit den Reisebüro-Filialen verzahnt. Auf DER.COM steht das Wissen von rund 2.000 Reiseexperten online bereit, dazu gibt es ein breites Angebot an Urlaubsideen. Die Spezialisten der 2013 gegründeten DER Touristik Online betreiben das Reiseportal.

www.der.com



Die Business-Klasse der DER Touristik

Der Geschäftsreiseprozesspezialist FCM Travel Solutions bietet Firmenkunden deutschlandweit in 60 Business Travel Centern professionelle Betreuung ihrer Dienst- und Geschäftsreisen. Der deutsche Geschäftsreiseexperte der DER Touristik ist Partner im internationalen Netzwerk von FCM Travel Solutions, das mit über 12.000 Mitarbeitern in über 90 Ländern zu den „Top Five“ der globalen Geschäftsreiseketten gehört.

www.de.fcm.travel



Rund um den Globus perfekt vernetzt

DER Touristik hat in vielen Reiseländern eigene Zielgebiets-agenturen. Im Fernreisebereich sind New World Travel (USA) sowie Dependancen von Go Vacation in Thailand, Indonesia, Sri Lanka und Go Caribic konzern-eigene Vertretungen in großen Ferndestinationen. Dazu ist die DER Touristik mit Destination Touristic Services in den wichtigen Warmwasserregionen rund ums Mittelmeer vertreten, Dertour Austria und DER Viaggi in Italien ergänzen das Netz.



Urlaubsspaß seit 25 Jahren

Clubs in Spanien, Tunesien, Ägypten, Griechenland, Bulgarien und der Türkei finden sich im Angebot von Club Calimera. Alle Häuser bieten 4- bis 5-Sterne-Standard, liegen in Strandnähe und verfügen über ein umfangreiches Alles-inklusive-Konzept. Zum Clubangebot zählen zudem Deutsch sprechende Mitarbeiter, abwechslungsreiche Sport- und Animationsangebote sowie eine professionelle Kinderbetreuung für Kinder ab drei Jahren.

www.calimera.com



Strandurlaub, einfach gut und günstig

Familien finden bei der Hotelmarke PrimaSol Strandurlaub zu überschaubaren Preisen. Sie zeichnet sich durch geräumige Familienzimmer, Spielplätze, Kinderbetreuung im Prima Kids-Club und ein breit gefächertes Alles-inklusive-Konzept aus. Die 15 familiären PrimaSol Hotels befinden sich in den beliebtesten Badezielen in der Türkei, in Bulgarien, Spanien, Tunesien, Ägypten und auf den griechischen Inseln Rhodos und Korfu.

www.primasol.com



Die Hotelmarke mit dem gewissen Extra

Lti hotels sind Häuser mit anspruchsvollem 4- bis 5-Sterne-Standard. Ihre Ausstattung beginnt im gehobenen Bereich und umfasst drei Hotel-Linien: classic, fashion und premium. Lti hotels gibt es auf den spanischen und griechischen Inseln, auf Madeira, in Ägypten, Bulgarien, Marokko, Tunesien und der Türkei. Zudem wird das Angebot mit einem eigenen Nilkreuzfahrtschiff um ein schwimmendes Hotel ergänzt.

www.lti.de



Online-Reiseportal auf dem niederländischen Markt

Das Online-Portal Prijsvrij.nl hat sich seit seiner Gründung im Jahr 2011 zu einem der erfolgreichsten Online-Reiseportale in den Niederlanden entwickelt. Im Angebot bietet das Internetportalprijsvrij.nl qualitativ hochwertige Reisen zu günstigen Preisen. Der digitale Reiseservice ergänzt den Auslandsvertrieb der DER Touristik.

www.prijsvrij.nl

Exim Tours/Kartago Tours – Osteuropa



Der Sonne entgegen

Exim Tours ist die Nummer eins in Tschechien und zählt auch in Polen zu den größeren Reiseveranstaltern. Seit seiner Gründung im Jahr 1993 entwickelt sich der Veranstalter sehr dynamisch, Tschechien und Polen sind Wachstumsmärkte. Der Angebotsschwerpunkt von Exim Tours sind Pauschalreisen im Mittelmeerraum. Europa-Reisen mit dem Auto, Skiurlaub und Fernreisen ergänzen das Programm.

www.eximtours.pl;
www.eximtours.cz



Spezialist für klassische Pauschalreisen

Kartago Tours ist eine Schwestermarke von Exim Tours und als Veranstalter im ungarischen und slowakischen Markt stark. Wie in den Nachbarländern sind auch in Ungarn und der Slowakei in erster Linie preisgünstige Badeferien am Mittelmeer gefragt: Sie machen rund 90 Prozent des Geschäfts aus. Europa-Reisen mit dem Auto, Skiurlaub und Fernreisen ergänzen das Programm.

www.kartagotours.hu;
www.kartagotours.sk

Kuoni Spezialisten – Benelux



Als Gruppe oder Familie außerhalb Europas unterwegs

Der Reisespezialist Koning Aap ist in den Niederlanden sowie in Belgien aktiv und bietet Gruppenreisen mit niederländischen oder belgischen Reisebegleitern an. Zu seinem Portfolio gehören auch außereuropäische Ziele, unter anderem exklusive Reisen nach Zentralasien, Iran und Nordkorea. Sein Schwerpunkt liegt auf der Zielgruppe der über 45-Jährigen und auf Familienreisen. Hauptvertriebskanal ist das Internet.

www.koningaap.nl;
www.koningaap.be



Fernreisen individuell gestalten

YourWay2GO ist der Spezialist für Fernreisen aus den Niederlanden und Belgien. Kunden können sich bei YourWay2GO jede Reise nach ihren individuellen Anforderungen und Wünschen aus einem vielfältigen Angebot an Einstiegspaketen, Exkursionen und individuellen Rundreisen zusammenstellen lassen – von Reiseexperten, die selbst passionierte Traveller sind und über langjährige Reiseerfahrung verfügen.

www.yourway2go.nl;
www.yourway2go.be



Individual- und Gruppenfernreisen für schmale Budgets

Der Reiseveranstalter Shoestring ist auf preisgünstige Reisen für Kunden zwischen 25 und 45 spezialisiert und bietet ein ausgewogenes Aktiv-, Abenteuer- und Vergnügungsprogramm an. Seit 2014 haben Reisende bei Shoestring die Möglichkeit, ihren Urlaub mit maßgeschneiderten Angeboten individuell zu gestalten. Die meistverkauften Reiseziele seines Portfolios sind Mittel- und Südamerika, Asien und Afrika.

www.shoestring.nl
www.shoestring.com



Individualreisen außerhalb Europas

Entdeck die Welt ist im deutschen Markt als Online-Reisespezialist für individuelle Fernreisen aktiv. Er bietet sorgfältig ausgewählte Reisebausteine, die von den Kunden individuell kombiniert werden können. Bei seinen Rundreise- und Exkursionsangeboten an vielen Fernreisezielen weltweit steht das authentische Erleben der Kulturen und Länder im Mittelpunkt.

www.entdeck-die-welt.de

Kuoni Schweiz



Reisen in Vollendung – seit über 100 Jahren

Kuoni ist der größte und bekannteste Reiseveranstalter in der Schweiz. Das 1906 von Alfred Kuoni gegründete Unternehmen verfügt über ein vielfältiges Angebot mit Badeferien-Pauschalreisen in qualitativ hochwertigen Hotels auf der Kurz-, Mittel- und Langstrecke, mit Schiffsreisen weltweit, Städtereisen, Rundreisen sowie Individualreisen – vor allem in Nordamerika, der Karibik, in Arabien, Asien und Australien/Ozeanien.

www.kuoni.ch



Schöne Ferien, schön günstig

Helvetic Tours ist die günstige Pauschalreisemarke von Kuoni in der Schweiz. Das breite Angebot an Badeferien ermöglicht preiswertes Reisen mit Stil, ohne Verzicht auf Qualität und Komfort. Als erster Schweizer Reiseveranstalter lancierte Kuoni 2011 den virtuellen Reiseveranstalter X-Helvetic Tours, der dynamisch paketierte Flüge und Hotels bereitstellt.

www.helvetic tours.ch



Der Reisespezialist für die östliche Adria

Adria 365 ist der führende Schweizer Veranstalter für Reisen nach Kroatien, Slowenien, Montenegro, Serbien, Bosnien & Herzegowina sowie nach Mazedonien und Albanien. Das Team besteht aus Experten, die sowohl beruflich wie auch persönlich gut mit den einzelnen Ländern vertraut sind. Neben klassischen Badeferien und Städtereisen bietet Adria 365 Kreuzfahrten, Aktiv-Segelferien, geführte Rundreisen und Radtouren an.

www.adria365.ch



Der Reisespezialist für Asien

Reiseländer wie Japan, China, Bhutan, Nepal, Indien, Myanmar, Laos, Kambodscha, Vietnam, Thailand, Malaysia, Singapur, Indonesien, Timor-Leste, Hongkong und die Philippinen zeichnen das Angebot von Asia 365 aus. Die erlesene Reisewelt bietet spannende Reiserouten und Aktivitäten in den Bereichen Rundreisen, Badeferien, Aktivurlaub und Flussreisen, aufgelegt von Asien-Experten.

www.asia365.ch



Exklusive Touren und Lesereisen

Cotravel zählt seit fast drei Jahrzehnten zu den führenden Schweizer Anbietern von hochwertigen Studien- und besonderen Gruppenreisen. In Zusammenarbeit mit Medienpartnern kreiert cotravel Lesereisen mit hochkarätigen Fachreferenten für bekannte Zeitungen und Magazine. Daneben bietet der Spezialist eine Vielzahl weiterer exklusiver Touren weltweit – von Afrika bis nach Zentralasien.

www.cotravel.ch



Reisespezialist für Südamerika & Costa Rica

Sie haben Lateinamerika intensiv bereist oder selbst dort gelebt: Das Team von Dorado Latin Tours organisiert mit Leidenschaft maßgeschneiderte Reisen nach Südamerika und Costa Rica. Vom Trekking in Peru über Badeferien in Brasilien bis zur Expeditionskreuzfahrt um die Galapagosinseln – im Angebot finden sich die unterschiedlichsten Reisearten, um der Vielfalt der faszinierenden Länder gerecht zu werden.

www.dorado-latintours.ch



Authentische Reiseerlebnisse im Norden

Kontiki Reisen ist der führende Schweizer Reiseveranstalter für Skandinavien inklusive Hurtigruten, Island, Schottland, Russland, dem Baltikum sowie für Polarreisen. Der Spezialist bietet authentische Reiseerlebnisse: Begegnungen mit Einheimischen, Rückzug in die unberührte Natur und Einblick in Traditionen. Im verschneiten Lappland oder auf einer Mietwagenrundreise durch die Wildnis lässt Kontiki nordische Reiseträume wahr werden.

www.kontiki.ch



Kompetente Partner für Kreuzfahrten & Flussreisen

Das Angebot von Kuoni Cruises reicht von Luxussegeln über klassische Kreuzfahrten und Schiffsreisen bis zu Holiday-Resorts auf See sowie Expeditionen. Die erfahrenen Kreuzfahrtspezialisten kennen die neusten Schiffe und Trends, beraten kompetent und mit erfrischender Leidenschaft. Egal ob durch das Mittelmeer, die Karibik oder Atlantik – bei Kuoni Cruises finden Kunden die perfekte Kreuzfahrt.

www.kuoni-cruises.ch



Spezialist für den Indischen Ozean & Tauchferien

Weltweite Tauchreisen und die Inseln im Indischen Ozean sind die Spezialität von Manta Reisen und machen das Unternehmen zum Schweizer Marktführer in diesem Bereich. Für perfekte Reiseerlebnisse sorgen nicht nur exotische Destinationen wie die Malediven, Sri Lanka, Mauritius, die Seychellen, der Pazifik und das Rote Meer, sondern ebenso die sorgfältig ausgewählten Angebote. Auch Ayurveda- und Hochzeitsreisen hat Manta im Programm.

www.manta.ch



Experten für Afrika-Reisen

Seit fast 50 Jahren organisiert Private Safaris Rundreisen, Badeferien und Safaris im Osten und Süden Afrikas. Während dieser Zeit wurden sie zwölfmal als „Bester Schweizer Reiseveranstalter für Afrika“ ausgezeichnet. Das Expertenteam ist regelmässig auf dem Kontinent unterwegs und optimiert das erlesene Angebot, bestehend aus Camping, Offroad-Touren, Gorilla-Trekking und Badeferien, regelmässig.

www.privatesafaris.ch



Die Nummer eins für Bahn- und Städtereisen in Europa

Railtour pflegt als traditionsreicher Reiseveranstalter seine Marktführerschaft für touristische Bahnreisen und Städtereisen in Europa. Die kompetenten Reiseprofis schnüren individuelle Reisepakete mit Bahnreise: sei es für eine Städtereise nach Paris, einen Ausflug nach Mailand oder auch für Ferien an der Nordsee. Das vielfältige Angebot wird durch Bahnerlebnisreisen und Gruppenreisen ergänzt.

www.railtour.ch



Breites Angebot für Frankreich-Reisen

Frantour ist in der Schweiz Marktführer für Reisen nach Frankreich. Der Schwerpunkt des Angebots sind Städtereisen nach Paris sowie Urlaubsreisen nach Südfrankreich und Korsika. Auch Reisen zu Center Parcs und Freizeitparks zählt Frantour zu seinen Spezialitäten. Dank langjähriger Partnerschaften mit Bahngesellschaften und Leistungsträgern vor Ort profitieren Kunden oft von Frantour von preislich und inhaltlich attraktiven Angeboten.

www.frantour.ch



Musikreisen, Festspiele, geführte Gala- & Kulturreisen

ACS-Reisen ist ein erfahrener Spezialist für Kultur- und Erlebnisreisen mit ausgezeichneten Kontakten auf der ganzen Welt. Reisen mit Stil haben bei ACS-Reisen seit 1958 Tradition. Bei den Kulturreisen wird Klassik mit Kunst, Kultur und Genuss kombiniert. Musikalische Höhepunkte erleben Gäste in berühmten Opern- und Konzerthäusern sowie bei Festspielen. Die Reisen werden von erfahrenen Reiseleitern begleitet.

www.acs.ch



Make sure you travel with friends

Bei Pink Cloud finden schwule Männer und lesbische Frauen eine auf sie zugeschnittene Reisewelt. Hotels und Destinationen sind gay oder gayfriendly. Spezielle Angebote stehen für einen toleranten, offenen Lifestyle und finden nur mit Gleichgesinnten statt. Das Programm ist breit aufgestellt und bietet alles: von Gay & Lesbian Cruises auf den Weltmeeren, über Trekkingtouren in den Anden bis hin zu Rundreisen in Südafrika.

www.pinkcloud.ch



Dichtes Vertriebsnetz in der Schweiz

Kuoni verfügt in der Schweiz über ein flächendeckendes Netz mit 73 Kuoni-Reisebüros, fünf Helvetic Tours-Reisebüros, drei rewi reisen-Fillialen und das Premium Specialist-Reisebüro am Hauptsitz in Zürich. Darüber hinaus bearbeiten vier Kuoni Business Travel Center die Geschäftsreisen von kleinen und mittelständischen Unternehmen sowie von Großkunden. Eine spezialisierte Einheit für MICE (Meetings, Incentives, Congress, Events) komplettiert die Schweizer Vertriebsorganisation.

www.kuoni.ch



Das Portal für Schnäppchenjäger

Lastminute.ch ist ein Online-Portal, auf dem kurzfristig verfügbare Pauschalangebote der Reiseveranstalter aus dem Schweizer und dem deutschen Reisemarkt gebündelt werden. Verfügbar sind Last Minute- sowie Pauschalreisen, Städtereisen, Charter- und Linienflüge sowie Nur-Hotel-Angebote. Lastminute.ch steht für günstige und tagesaktuelle Reisepreise. Hier werden Urlauber fündig, die nach verfügbaren Reiseschnäppchen suchen.

www.lastminute.ch

1906 definierte der Textilfachmann Alfred Kuoni in der Schweiz das Reisen neu. Er erkannte ein neues Grundbedürfnis: Menschen möchten die Welt erleben. Das Touristik-Unternehmen Kuoni entstand.

1917 führte die selbe Idee in Berlin die Staatsbahnen der Länder und die Reedereien Norddeutscher Lloyd und Hamburg-Amerika-Linie zusammen. Sie gründeten das Deutsche Reisebüro (DER). Aus Kuoni und dem Deutschen Reisebüro entstanden in rund 100 Jahren zwei führende internationale Touristik-Unternehmen.

2015 schließen sich die DER Touristik und die Touristik-Aktivitäten von Kuoni in der DER Touristik Group zusammen. Ein neuer europäischer Reisekonzern entsteht. Er hat eine gemeinsame Passion: aus jedem Reisewunsch den einen, unvergesslichen Urlaub zu machen.

BEEINDRUCKENDER

DER Touristik in Zahlen

Die aktuellen Geschäftszahlen im Internet:
www.dertouristik.com/de/gruppe/zahlen-und-fakten

Wettbewerbslandschaft und Kundenverhalten sind in Bewegung. Wir gehen das Tempo mit. Die aktuellen Zahlen zur DER Touristik finden Sie hier in „Zahlen und Fakten“.

VACATION →

Impressum

DER Touristik GmbH
Unternehmenskommunikation
Emil-von-Behring-Straße 6
D-60424 Frankfurt
www.dertouristik.com